

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di zaman modern saat ini perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat, membuat persaingan pasar pada dunia usaha teknologi saat ini. Perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan dengan strategi yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Perusahaan akan sukses apabila mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya, maka akan lebih memudahkan memilih segmen yang ingin dibidik.

Perusahaan samsung dalam mengarah persaingan akan menggunakan berbagai macam strategi untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu samsung mengeluarkan telepon cerdas (*smartphone*) / telepon genggam yang mempunyai teknologi tinggi yang berfungsi menyerupai komputer. *Smartphone* dilengkapi dengan berbagai fitur yang bisa menampilkan siaran radio dan televisi, pemutar audio (*mp3*) dan kamera digital, layanan internet, vidio, media sosial. Fitur-fitur tersebut dibuat untuk menunjukkan bahwa samsung siap bersaing dengan beberapa *smartphone* merk lain di Indonesia antara lain : Apple, Nokia, Blackberry, Sony Experia, Mito, Evercross, Lenovo. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan yang berbasis usaha di bidang teknologi dan telekomunikasi.

Perusahaan harus memenuhi syarat agar dapat sukses dalam persaingan agar mencapai tujuan untuk membuat dan mempertahankan konsumennya. Perusahaan wajib memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya. Karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yg berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 1997:19).

Perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan pelanggan, selama pengalaman mereka dalam belajar, memilih, menggunakan, bahkan dalam menilai produk (Kotler dan Keller, 2008:234). Proses antara pengambilan keputusan dan proses alternatif terdapat minat beli konsumen / *purchase intention*. Minat beli adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana untuk membeli produk/ jasa. Serta berapa banyak unit produk / jasa yang dibutuhkan pada periode tertentu (Kumala, 2012).

Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dipengaruhi berdasarkan penilaian tentang kualitas produk tersebut. Menurut Hidayat (2009) kualitas produk merupakan suatu bentuk nilai kepuasan yang kompleks. Kualitas produk merupakan bagian dari kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya tentang daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, reparasi dan ciri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong, 1997).

Harga bagian dari faktor penentu dalam menentukan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan dalam mendapatkan produk / jasa (Monroe dalam sari,2012). Menurut agusty dalam dinawan (2010), harga merupakan variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :

“ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
DI DELTA CELL MATAHARI SINGOSAREN SURAKARTA

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel harga dan kualitas produk mempengaruhi minat beli *smartphone* Samsung.
2. Diantara variabel-variabel harga dan kualitas, variabel mana yang punya pengaruh dominan terhadap minat beli *smartphone* Samsung.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas mempunyai pengaruh minat beli terhadap *smartphone* Samsung.
2. Untuk mengetahui variabel yang dominan pengaruhnya terhadap minat beli *smartphone* Samsung.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berkenan dengan adanya penelitian ini penulis berharap :

1. Bagi penulis supaya dapat menambah wawasan dalam dunia telekomunikasi khususnya *smartphone*.
2. Bagi masyarakat selaku konsumen, supaya dapat menambah wawasan dalam menentukan pilihan untuk membeli *smartphone*.
3. Bagi akademis supaya dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat dibidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan menyusun dalam bidang pemasaran.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang teori-teori mengenai kualitas produk, klasifikasi produk, pengertian harga, faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga, pengertian minat beli konsumen, faktor-faktor yang memenuhi minat beli, penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan gambaran umum minat beli konsumen Di Delta Cell Matahari Singosaren Surakarta, diskripsi responden, analisa data dan uji hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN